



PÔLE CINÉMA

LE CINÉMA COMME VOUS NE L'AVEZ JAMAIS VU

MEDIAOBS

LE CINÉMA COMME VOUS NE L'AVEZ JAMAIS VU

ENGAGER NOS AUDIENCES AVEC PASSION

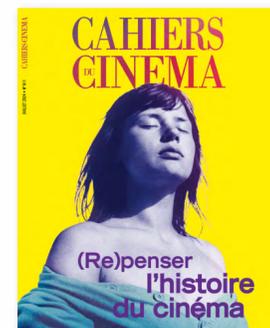


Avec le Pôle Cinéma, nos marques media ont pour vocation :

- d'immortaliser les plus beaux moments de cinéma,
- d'orchestrer les plus belles rencontres de cinéastes, d'acteurs, de producteurs
- d'accompagner les acteurs dans l'alchimie de leur travail.
- d'ajouter des chapitres à la légende du cinéma.
- de donner envie à ceux qui font le cinéma de s'adresser à nos lecteurs.
- de proposer les plus beaux portfolios des plus grands photographes.
- de rêver et de faire rêver sur le CINÉMA



#TOUSAUCINEMA



MEDIAOBS



LE CINÉMA, UNE PASSION FRANÇAISE

MEDIAOBS ET LE CINÉMA

NOS MARQUES MEDIA

OFFRE GRAND ÉCRAN



LE CINÉMA, UNE PASSION FRANÇAISE



+ forte
fréquentation européenne



22 millions

Entrées décembre 2019
l'année record !



181 millions

Entrées France en 2023
soit **+18,7%** par rapport à 2022



**Sortie
culturelle**

la plus répandue



+6%
d'entrées 2019 vs 2018

1/4 français

va au cinéma chaque mois



LE CINÉMA DANS LES SALLES FRANÇAISES

5 premiers films français



4,5 M



4,2 M



3,3 M



1,8 M



1,6 M

5 premiers films américains



7,2 M



5,8 M



4,4 M



3,6 M



3 M

5 premiers films étrangers (hors France et US)



1,4 M



856 K



550 K



520 K



520 K



LES FILMS > 10 MILLIONS D'ENTRÉES

1.	Titanic (1998)	21,7
2.	Bienvenue chez les Ch'tis (2008)	20,4
3.	Intouchables (2011)	19,5
4.	Blanche-Neige et les Sept Nains (1938)	18,3
5.	La Grande Vadrouille (1966)	17,3
6.	Autant en emporte le vent (1950)	16,7
7.	Il était une fois dans l'Ouest (1969)	14,9
8.	Avatar (2009)	14,8
9.	Le Livre de la Jungle (1968)	14,7
10.	Les 101 Dalmatiens (1961)	14,6
11.	Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre (2002)	14,4
12.	Les Dix Commandements (1958)	14,2
13.	Ben-Hur (1960)	13,8
14.	Les Visiteurs (1993)	13,6
15.	Le Pont de la rivière Kwai (1957)	13,4
16.	Cendrillon (1950)	13,2
17.	Le Petit monde de Don Camillo (1952)	12,8
18.	Les Aristochats (1971)	12,7
19.	Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ? (2014)	12,4
20.	Le Jour le plus long (1962)	11,9



MEDIAOBS ET LE CINÉMA

Émotion

Placer le lecteur en position de spectateur

Rencontres

Raconter, révéler, expliquer.
Les Stars en exclusivité

Transmission

Mettre en perspective
le cinéma d'aujourd'hui
et de demain

Enquête

Comprendre les tendances.
Interroger la profession

Eclectisme

Faire aimer tous les cinémas,
sans a priori

Ouverture

S'intéresser aussi bien
au cinéma populaire
qu'au cinéma d'auteur

Élégance

Exprimer l'émotion d'un
arrêt sur image

Prescription

Aimer, Ne pas aimer.
L'écrire sans concession



Replay

Sélectionner le meilleur de la mémoire du cinéma

4 MARQUES MEDIA EMBLÉMATIQUES AUTOUR DU CINÉMA



3 VISIONS COMPLÉMENTAIRES



CONTENUS • PROFILS • PUISSANCE

4 FONCTIONS VOCATIONS

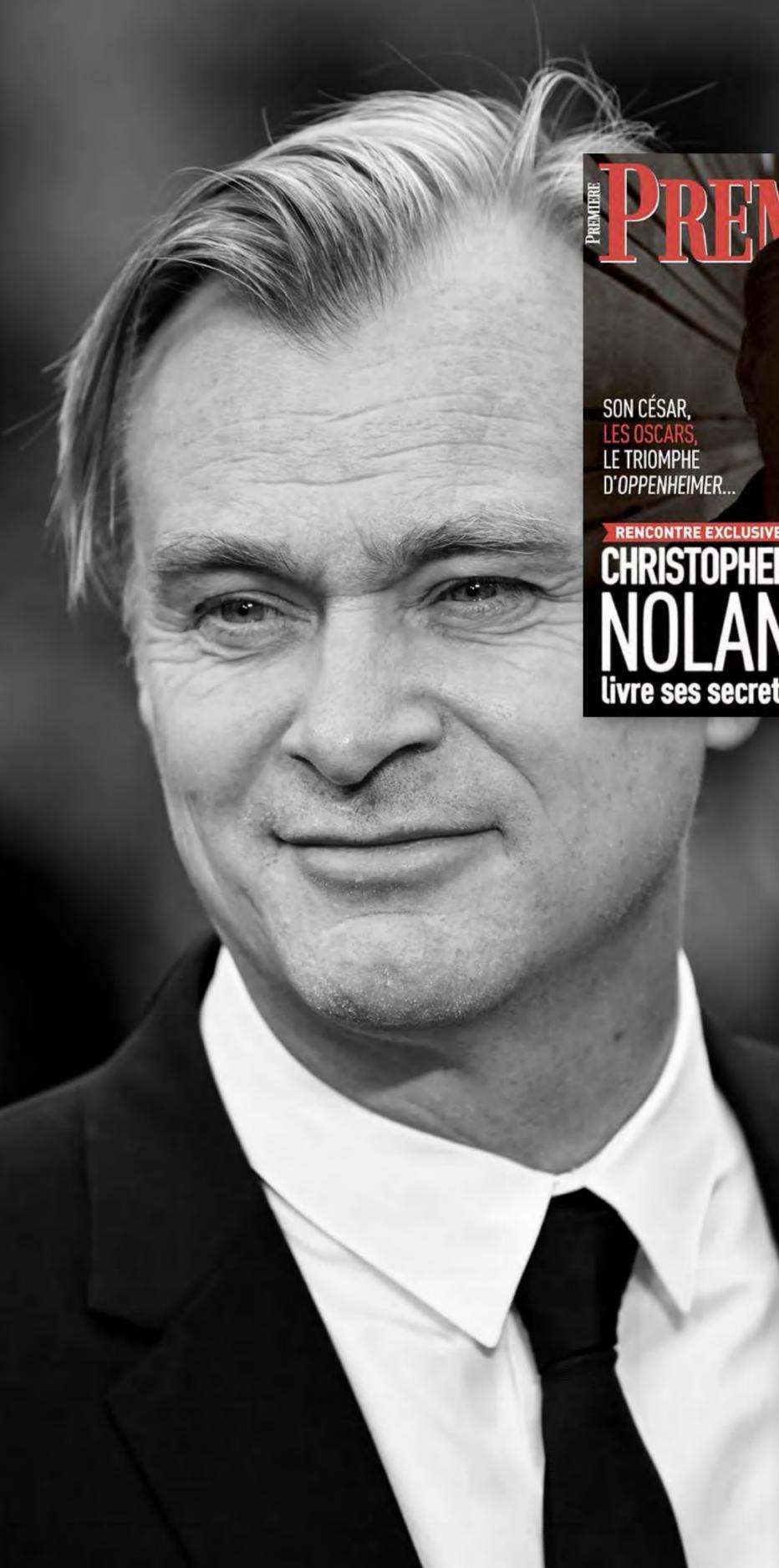


4

- › Des magazine choisis
- › Un contexte de lecture favorable
Le contenu en total adéquation avec le centre d'intérêt.
- › Des magazines prescripteurs
92% l'utilisent comme moyen de choix d'un prochain film.
- › En phase avec l'évolution du public
Séries, nouveaux modes narratifs

- › Offrir un lien privilégié avec les lecteurs
- › Informer, Divertir, Commenter l'actualité cinéma
- › Drive to Store
Donner envie aux lecteurs d'aller au cinéma
- › Ecosystème global
Read • Watch • Listen

LE CINÉMA EST AVANT TOUT UNE SURPRISE, UNE OCCASION DE RIRE, UNE OCCASION DE S'INFORMER, DE RÊVER...



Gaël Golhen
Rédacteur en Chef



Thierry Chèze
Rédacteur en Chef Adjoint



Edouard Orozco
Rédacteur en Chef
Digital & Social

LE LEADER DE LA PRESSE MAGAZINE CULTURELLE

CONCEPT

Le journal de cinéma qui met vos sens en éveil.
Depuis 1976, **PREMIÈRE** met chaque mois en perspective le cinéma d'aujourd'hui, les films d'hier, les grands projets à venir.

PREMIERE.FR SES POINTS FORTS

- › Alerte
- › Décrypte
- › Analyse
- › Éclaire
- › Explique

ATOUPS

- › Un centre d'intérêt porteur et populaire
- › Éléance, prescription, ouverture, transmission
- › Une audience puissante et qualifiée
- › Première leader de la presse cinéma
- › Un lectorat mixte et qualitatif
- › Plus de 1 million de personnes touchées par semaine

NOS EXPERTS

Journalistes, leaders d'opinion, influenceurs, talents

...**ÉMOTION** RENCONTRES TRANSMISSION
ENQUÊTE **ÉCLECTISME** OUVERTURE
ÉLÉGANCE PRESCRIPTION AFFINITÉ...

MENSUEL

PRINT

48 763
EXEMPLAIRES
ACPM DFP 2023

3 375 000
LECTEURS
ONE NEXT GLOBAL 2022-2023

992 000
LECTEURS
PRINT (ONE 2107)

DIGITAL
ACPM JUIN 2022

3 960 136
V.U.

5 126 801
PAGES VUES

+ DE 650 000
SOCIONAUTES

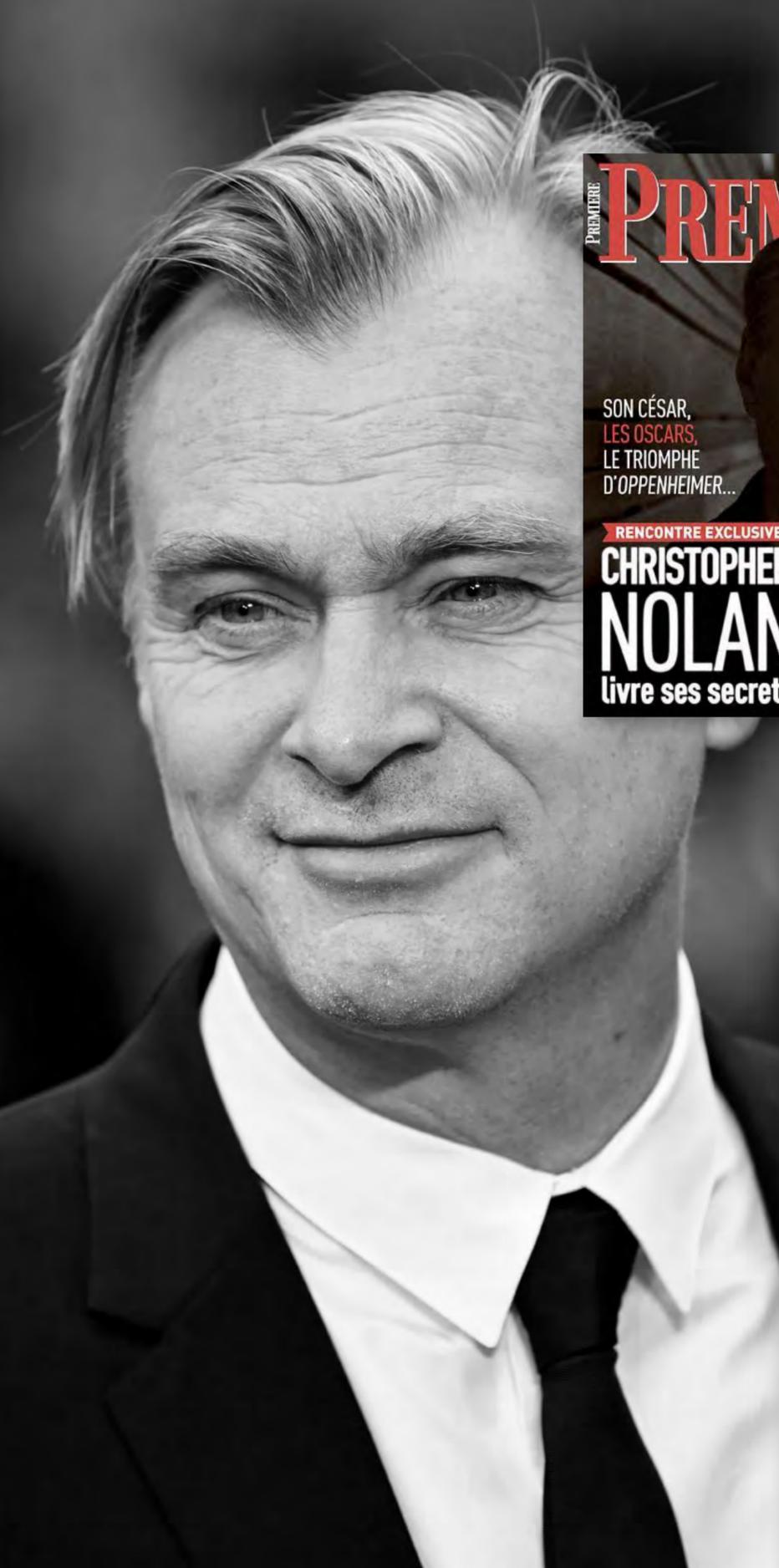
CIBLE

 Mixte,
20-50 ans

 Actifs,
CSP+

 Urbains

 Cinéphiles



UN POSITIONNEMENT UNIQUE



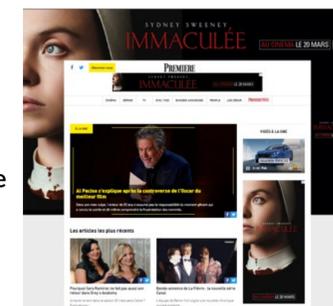
NEWSLETTER

- › Newsletter dédiée avec un contenu exclusif
- › Display (megaban, masthead...)



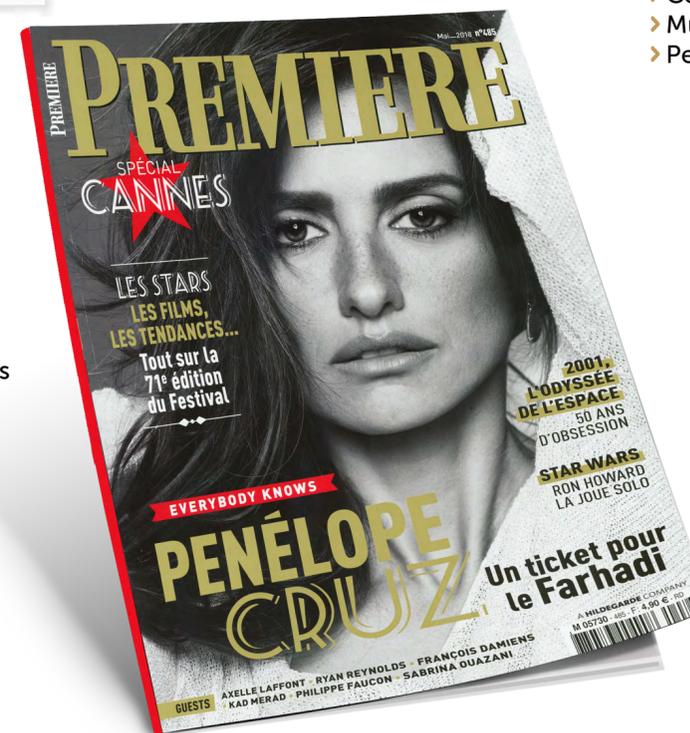
WEB

- Desktop / tablette / mobile
- › Programmatique
- › Data, activation d'audience ciblée
- › Multi formats / Multi devices
- › Contextualisation
- › Multi leviers
- › Performances



PRINT

- › Soutiens éditoriaux, contenus exclusifs et opérations spéciales
- › Formats innovants
- › Jeux concours
- › Offre abonnés
- › N° Spéciaux



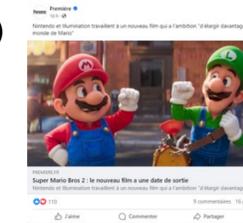
CINÉMA PREMIERE

EMISSION PREMIERE



SOCIAL MEDIA

- › Soutien sur post
- › Post organique
- › Post sponsorisé
- › Cross posting



EVENTS

- › Avant premières
- › Showeb
- › Masterclass (Cinéclub)



COMMUNAUTÉ

- › Connectée
- › Engagée
- › Influente

UNE AUDIENCE & UNE COMMUNAUTÉ EN ALERTE SUR L'ACTUALITÉ DU 7^E ART

CENTRE D'INTÉRÊT



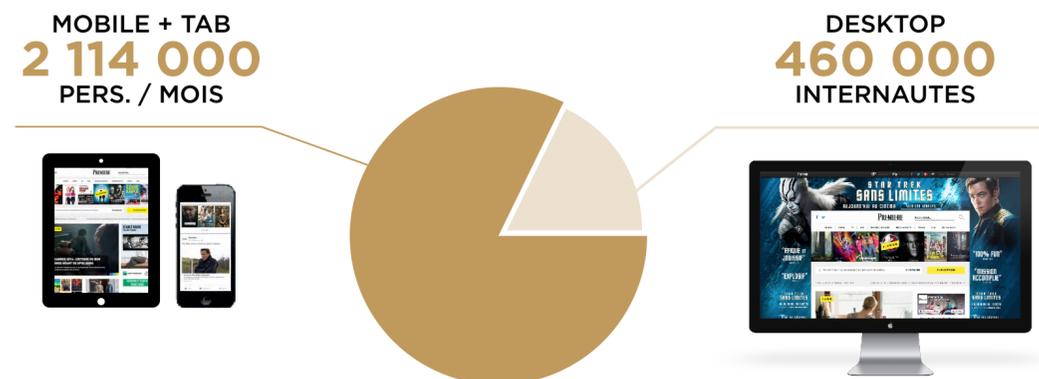
PERFORMANCES VIDÉO

127 710 nombre vidéos vues
formats préroll par jour

73% Format 30s Taux de complétion

54% Surconsommateurs
de cinéma/séries

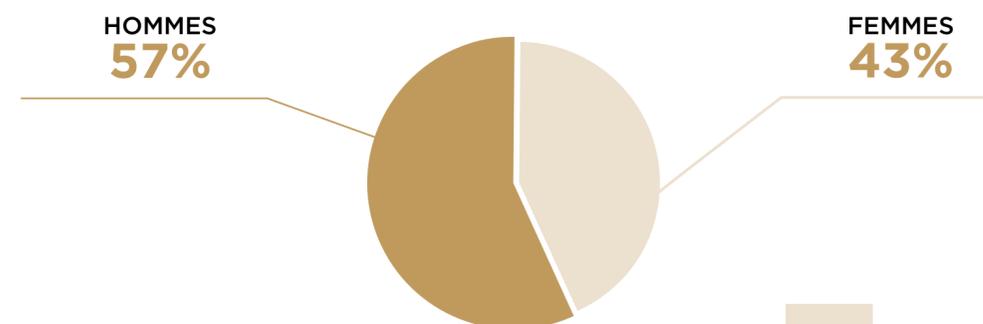
AUDIENCE Mixte • 25 - 49 ans • Urbaine et active • Cinéphile



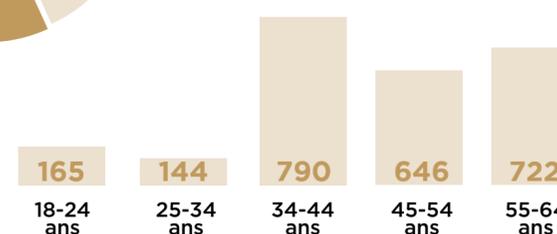
BENCHMARK PERF. FORMATS

FORMATS	CTR	VISIBILITÉ
Habillage	2,04%	90 %
Interstitial Mob	3,24 %	88%
Pavé Mob	0,18 %	74 %
Bannière Mob	0,16 %	67 %
Interstitial Desk	2,21 %	83 %
Pavé Desk	0,23 %	79 %
Bannière Desk	0,21 %	70 %

RÉPARTITION Genre



Age audience web en Visiteurs Uniques



EN CHIFFRES

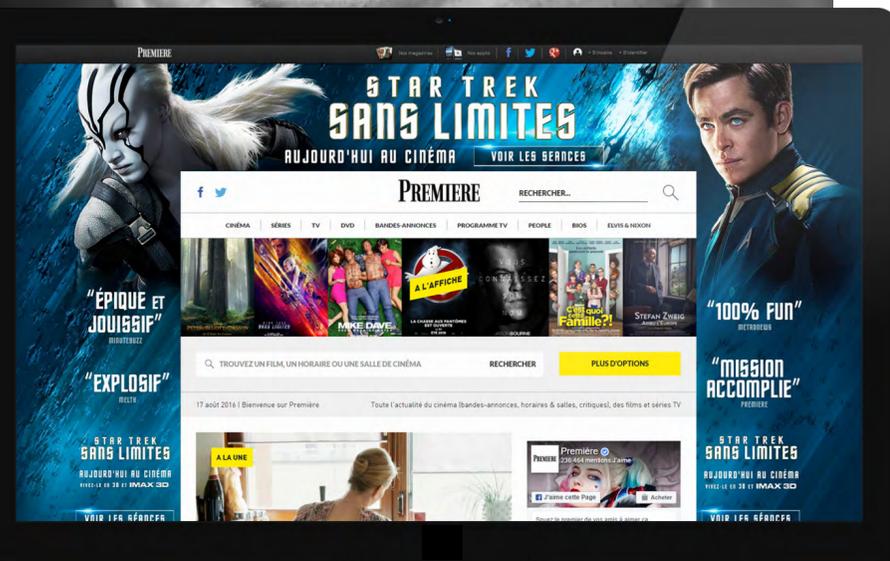
3,5 millions de V.U.
(Google analytics mai 2020)

7,7 millions de pages vues
(Google analytics mai 2022)

+ 650K de socionautes

-  **365 K** Abonnés
-  **62 K** Abonnés
-  **287 K** Abonnés

SOIT
2 574 000
DE VISITEURS
UNIQUES
PAR MOIS



UNE AUDIENCE & UNE COMMUNAUTÉ EN ALERTE SUR L'ACTUALITÉ DU 7^E ART

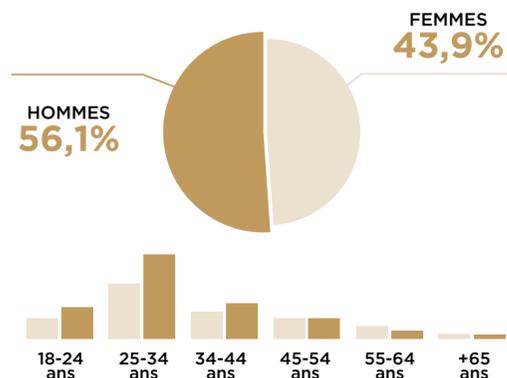
RÉSEAUX SOCIAUX

400 504

FOLLOWERS



Age et genre



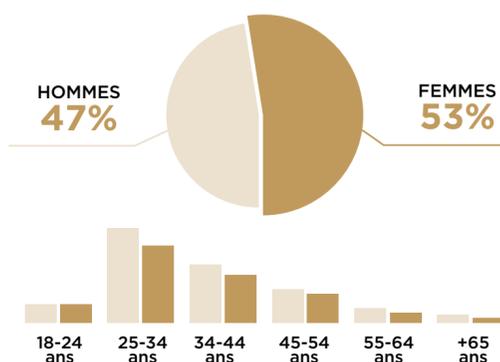
Reach moyen/mois : **3,3 M**
 Nombre moyen de post/mois : **env. 400**
 Moyenne d'interactions par post : **100**

63 165

FOLLOWERS



Age et genre



Reach moyen/mois : **324 K**
 Nombre moyen de post/mois : **env. 250**
 Moyenne d'interactions par post : **5 K**

288 000

FOLLOWERS

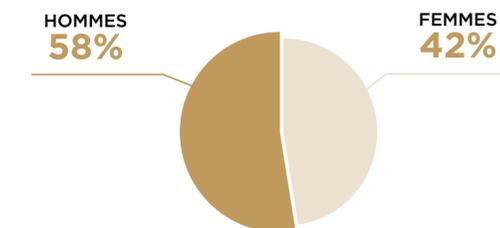


31 300

ABONNÉES

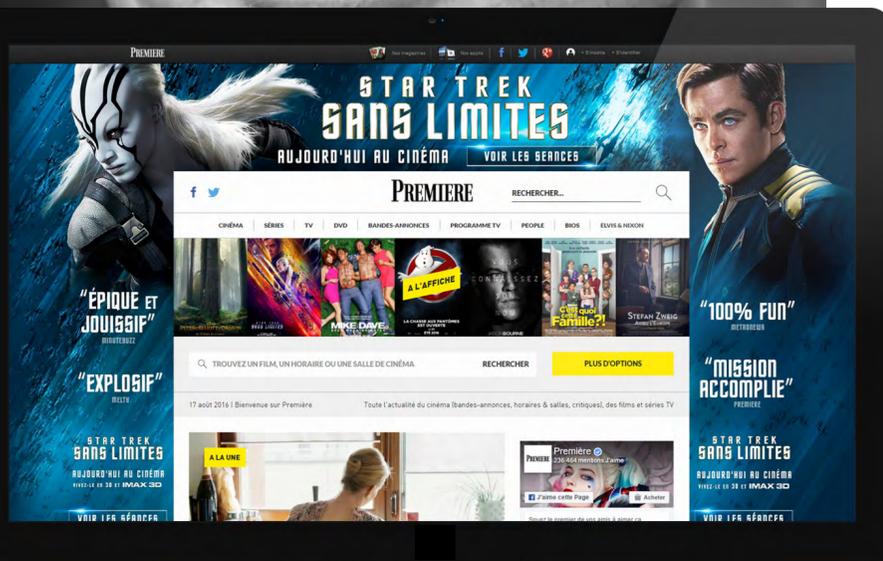


Age et genre



Reach moyen/mois : **2 M**

60 K vues sur les 28 derniers jours



PAR MOIS

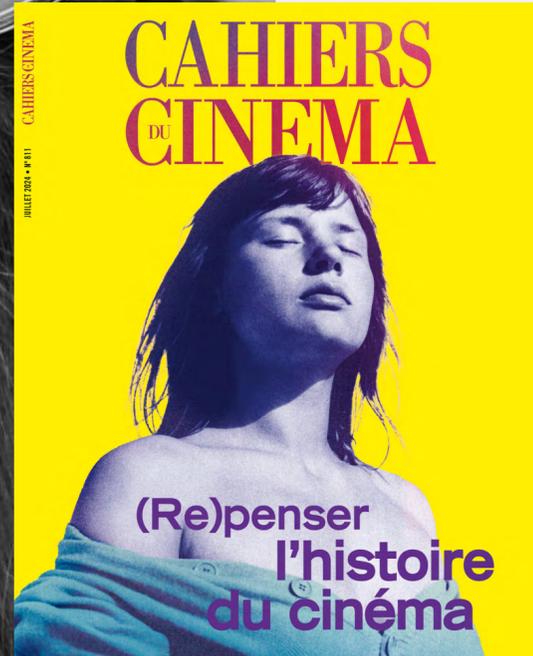
5 M REACH

650 POSTS

3 M VIDÉOS VUES

3,4% ENGAGEMENT

LA REVUE CRITIQUE DE CINÉMA



CONCEPT

Créé en 1951, **LES CAHIERS DU CINÉMA** font partager l'aventure des films, de leur écriture à leur sortie en salles. Ils analysent et décryptent le monde du cinéma, ses pratiques, ses métiers, ses tendances.

Une revue monomaniaque, rigoureuse, indépendante, prestigieuse et mondialement connue qui pose encore les termes du débat culturel au cœur du 7^e Art.

POSITIONNEMENT

Chaque mois, la rédaction impose son **choix anti-consensuel** sur l'actualité et sur l'histoire du cinéma. Politique, social, psychanalytique, « Les Cahiers » restent uniques.

CONTENU

UNE GRANDE THÉMATIQUE PAR NUMÉRO, UN PARCOURS EN 6 SÉQUENCES :

- **Événements** : 30 pages qui donnent la parole à différentes personnalités du monde de l'image. Analyse des nouveaux enjeux du Cinéma.
- **Cahier Critique** : la défense acharnée d'une certaine idée du cinéma. Regards de la rédaction sur les films qui font événement qu'ils soient populaires ou expérimentaux et quelle que soit leur nationalité.
- **Journal** : un festival, une rencontre, un entretien, DVD, VOD, Plateformes, la sélection de la rédaction de ce qu'il ne faut pas manquer : accéder à toutes les richesses du cinéma.
- **Cinéma Retrouvé** : exploration du siècle du cinéma: les chefs d'œuvres, leurs auteurs, leurs acteurs.
- **Au Travail** : scénaristes, musiciens, directeurs de la photographie, mixeurs, ils fabriquent le cinéma.
- **Hommage** : parce qu'il s'agit aussi de partager le culte du Grand écran.

ATOUS

RÉFÉRENT • ENGAGÉ • AUDACIEUX • PRESTIGIEUX • UNE VOIX UNIQUE • INFLUENT



Marcos Uzal
Rédacteur en Chef



Fernando Ganzo
Rédacteur en Chef Adjoint



Charlotte Garson
Rédacteur en Cheffe Adjointe

MENSUEL

10 049
EXEMPLAIRES
ACPM DFP 2023

450 000
LECTEURS

350 000
SOCIONAUTES

CIBLE



Mixte,
20-49 ans



Actifs,
CSP+



Urbains



Culture
Addicts

UNE AUDIENCE & UNE COMMUNAUTÉ EN ALERTE SUR L'ACTUALITÉ DU 7^E ART

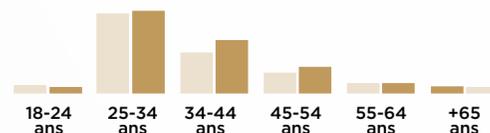
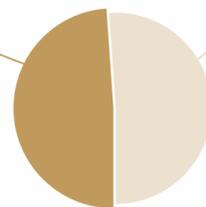
RÉSEAUX SOCIAUX

234 200
FOLLOWERS



Age et genre

HOMMES 51,1%
FEMMES 48,9%



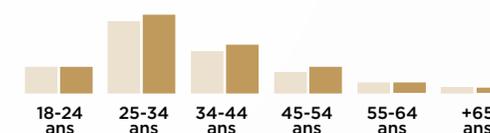
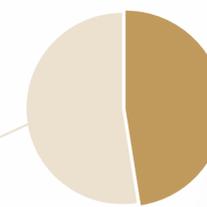
Reach moyen/mois : 457 K
Nombre moyen
de post/mois : env. 250
Moyenne d'interactions
par post : 5 K

38 943
FOLLOWERS



Age et genre

HOMMES 47,5%
FEMMES 52,5%



Reach moyen/mois : 152 K
Nombre moyen
de post/mois : env. 150
Moyenne d'interactions
par post : 1,9 K

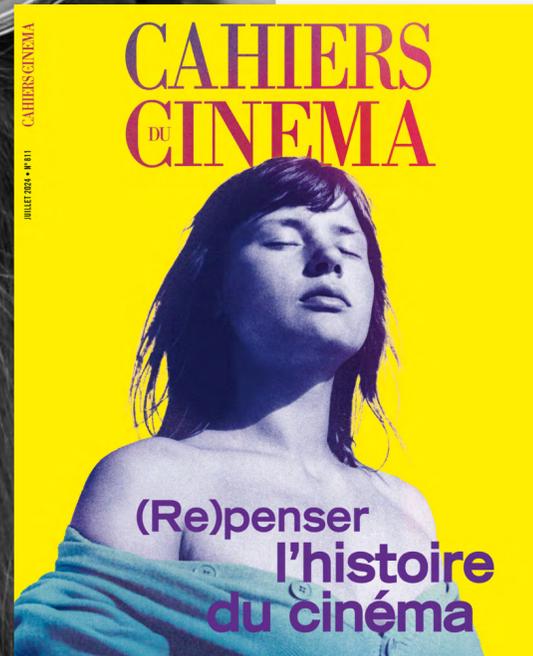
2 177 K v.U
3 743 K v.U



STATS GOOGLE ANALYTICS

NB UTILISATEURS	35 457
NB NOUVEAUX UTILISATEURS	32 000
NB DE SESSIONS AVEC ENGAGEMENT	28 290
PAGES VUES	104 862
DURÉE MOYENNE DES SESSIONS	1min29
NB DE PAGES/SESSION	4
TAUXDEREBOND/TAUXD'ENGAGEMENT	57%
DEVICES UTILISÉS	% utilisateurs
MOBILE	39%
DESKTOP	58%
TABLETTE	2%





PROJECTION & AVANT-PREMIERES BY

PROMOTION DE LA PROJO

- Mise en avant dans la revue
- Cinéma du Panthéon : Mise en avant de l'AVP
- Sur nos RS via des cross-post distrib x les cahiers x le cinéma du Panthéon
- Annonce sur notre site

MÉDIATISATION DE LA CAPSULE

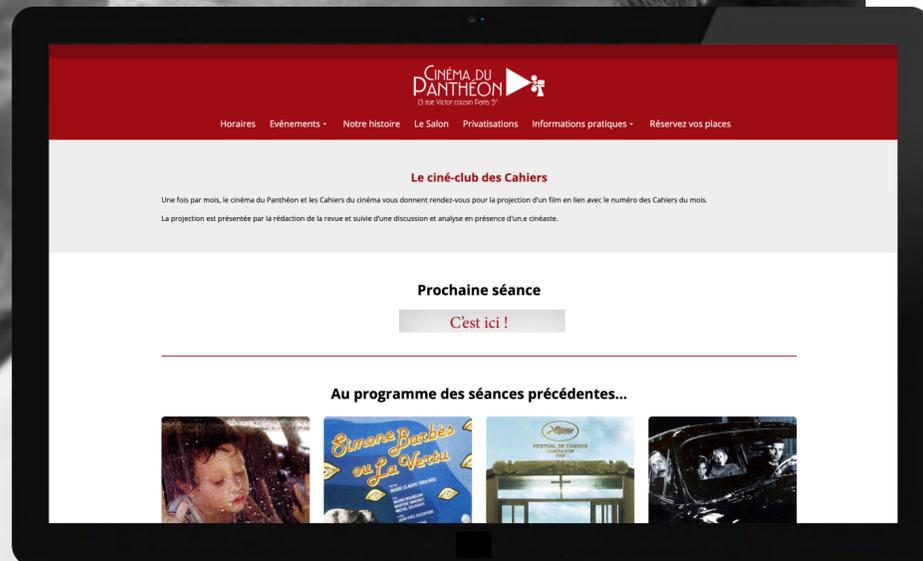
- KPI Garantis
- Garder un souvenir de cette projection

PARTICIPATION DE TALENT

- Casting & réalisateur sont invité pour échanger avec notre rédaction
- Objectif** : Enrichir l'expérience du public et renforcera l'intérêt pour votre film

CAPTATION VIDÉO SUR PLACE

- Débat journaliste x Équipe
- Insertion d'extraits fort du film
- Réaction du public





Alain Schlockoff
Rédacteur en chef

LA RÉFÉRENCE DE LA CULTURE FANTASTIQUE AU CINÉMA



CONCEPT

Magazine référent de la culture cinématographique de genre, il est le guide indispensable pour pénétrer au cœur du Cinéma Fantastique, de la Science Fiction avec une triple orientation : Passé, Présent et Futur. Destiné aussi bien aux néophytes qu'aux aficionados, il a su tisser une relation fidèle avec ses lecteurs.

POSITIONNEMENT

Fondé en 1969, est toujours piloté par Alain Schlockoff, L'ÉCRAN FANTASTIQUE propose au fil de ses deux éditions, Vintage et Reboot, toute l'actualité du cinéma, de la série TV, du manga, de la BD et de la littérature de genre.

- L'ÉCRAN FANTASTIQUE REBOOT est centré sur l'actualité cinématographique 8 fois par an
- L'ÉCRAN FANTASTIQUE VINTAGE traite chaque trimestre deux thèmes classiques de l'univers du genre à sa ligne éditoriale sélective s'ajoute une mise en page particulièrement dynamique et moderne

CONTENU

- **Actualité cinéma** : dossiers sur les films (reportages, interviews, previews) Analyse des sorties du mois. Le box-office
- **Fantastyka** : archives du cinéma fantastique (dossiers majeurs sur des classiques, les carrières de réalisateurs ou acteurs)
- **Toxic** : section réservée à l'horreur. News et portraits de cinéastes du genre, previews de films à venir
- **Actualité DVD et VOD**
- **Littérature** : livres, bandes dessinées, mangas...
- **Actualité du petit écran** : nouvelles séries TV, news, thématiques

ATOUTS

- Une marque historique référente
- Un traitement éditorial qualitatif
- Un magazine qui vit et fait vivre le cinéma fantastique
- Des lecteurs experts, critiques et prescripteurs

MENSUEL

42 000
EXEMPLAIRES
DIFFUSION

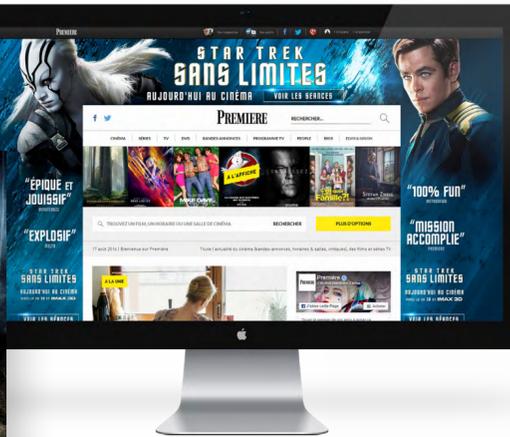
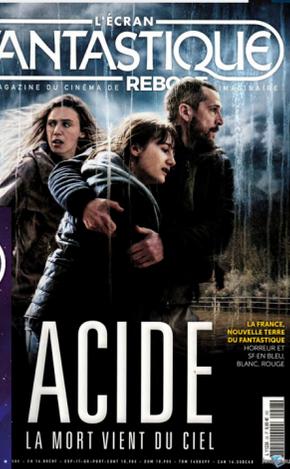
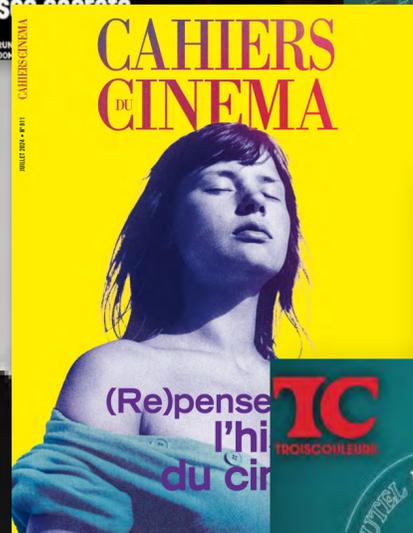
CIBLE

Masculin, 25-50 ans

Actifs, CSP+

Urbains

Cinéphiles



- Partenariats
- Pages thématiques
- Communication sur mesure/réseaux sociaux
- Création de formats innovants, habillage, interstitiels vidéos
- Lancement de produits...



INTÉGRAL GRAND ÉCRAN

Optimisez la visibilité de vos campagnes et la notoriété auprès des 25-49 ans fans de cinéma et de séries



mensuel



mensuel



mensuel



mensuel

CONTENU • AFFINITE • PUISSANCE • ÉMERGEANCE

4 M
DE CINÉPHILES

208 863
EXEMPLAIRES

4
RECTOS

12 000
EUROS*



5

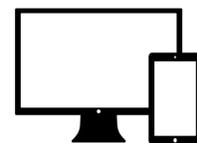
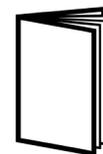
RAISONS DE COMMUNIQUER AVEC LE PÔLE CINÉMA !

- Surfer sur un **centre d'intérêt porteur**, positif et valorisant : le Cinéma
- Une tonalité positive dans un **contexte prescripteur**
- Être lu par **4 millions de cinéphiles addicts**
- Bénéficier d'un **lectorat jeune, urbain, CSP+, ultra connecté**
- Rassembler, animer et engager nos communautés **autour de contenus forts**



BEST CASES

Nos opérations spéciales à 360°



MEDIAOBS

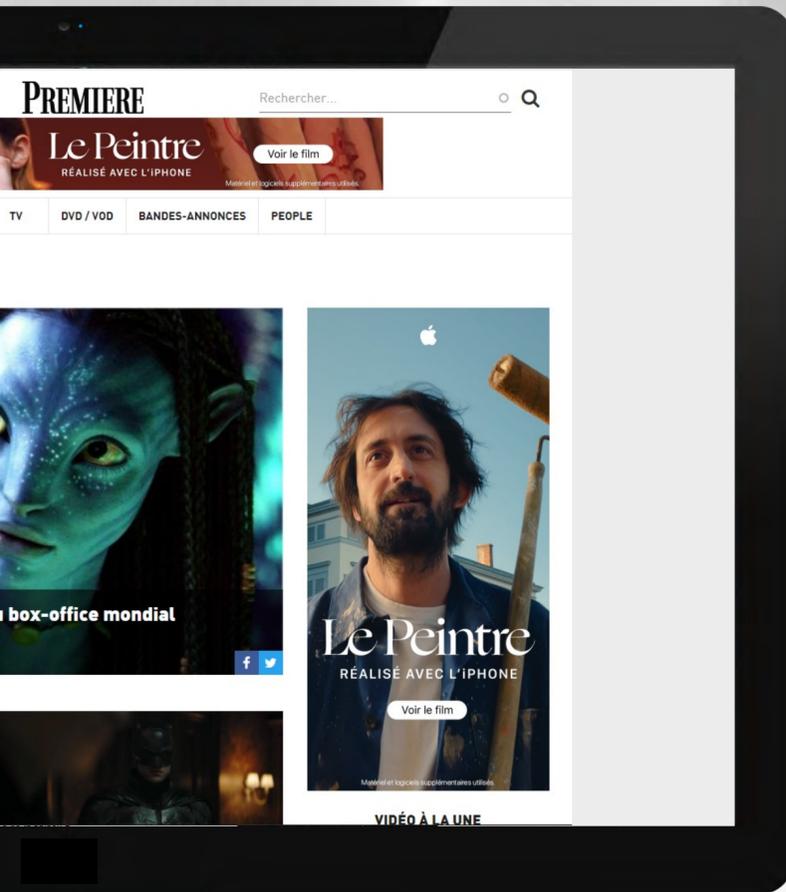
APPLE // LE JEUNE CINÉMA // LE PEINTRE

INTERVIEW VIDÉO + ARTICLE



Résultats :

- Top 1 référencement sur JB BRAUD LE PEINTRE
- Top 2 vidéo derrière Apple
- **1,2 Millions de Vues sur la vidéos Dailymotion**



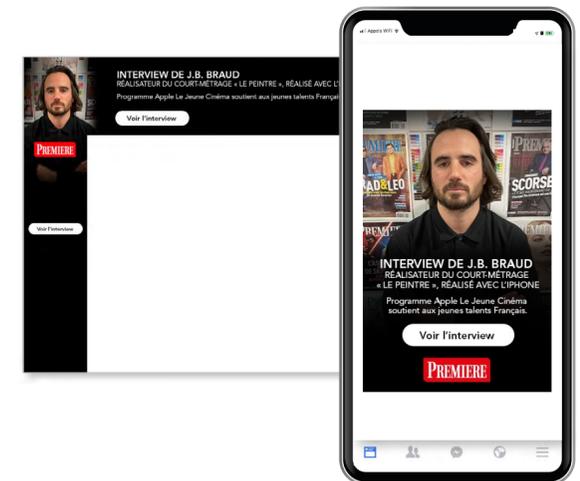
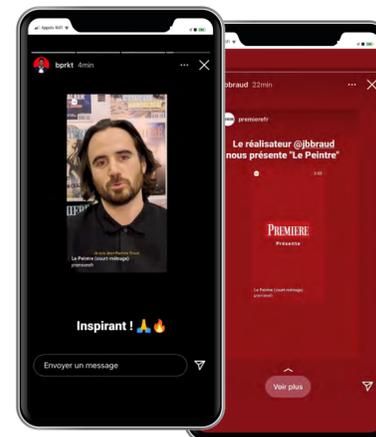
RELAIS RÉSEAUX SOCIAUX



RELAIS INFLUENCE



CAMPAGNE DISPLAY AUTO-PROMO



DISNEY // LE DERNIER DUEL

Résultats :

- VU : 109 431
- PV : 115 582
- Temps passé moyen : 2mn. 13
- CTR global : 0,83%

1

INTÉGRATION D'UNE RUBRIQUE DÉDIÉE AU DERNIER DEAL

Les avantages du Corner :

- Écrin sur la HP de Première.fr
- Visibilité Optimale
- Un Espace 100% dédié au contenu
- Relais des Articles en HP du site

2

12 ARTICLES MINIMUM

Nos experts Journalistes sont :

- Leaders d'opinions
- Influenceurs Cinéphiles/Sériephages
- Prescripteurs sur la communauté Cinéma/série

3

CHAQUE ARTICLE RELAYÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE PREMIERE



+



+



Abonnés
340 K

1 Post par article
Tag compte Canal+
Amplification

Abonnés
282 K

1 Post par article
Tag compte Canal+
Création Hashtag
Canal+

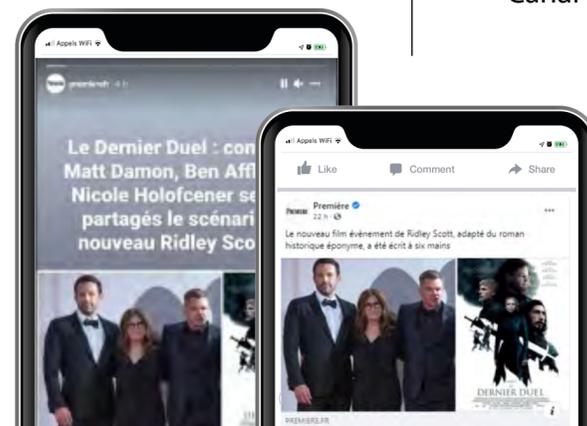
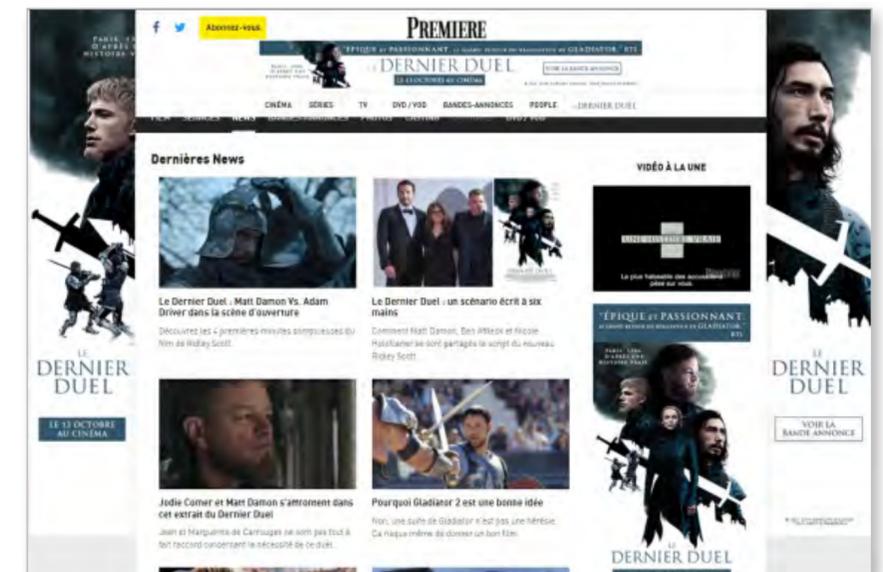
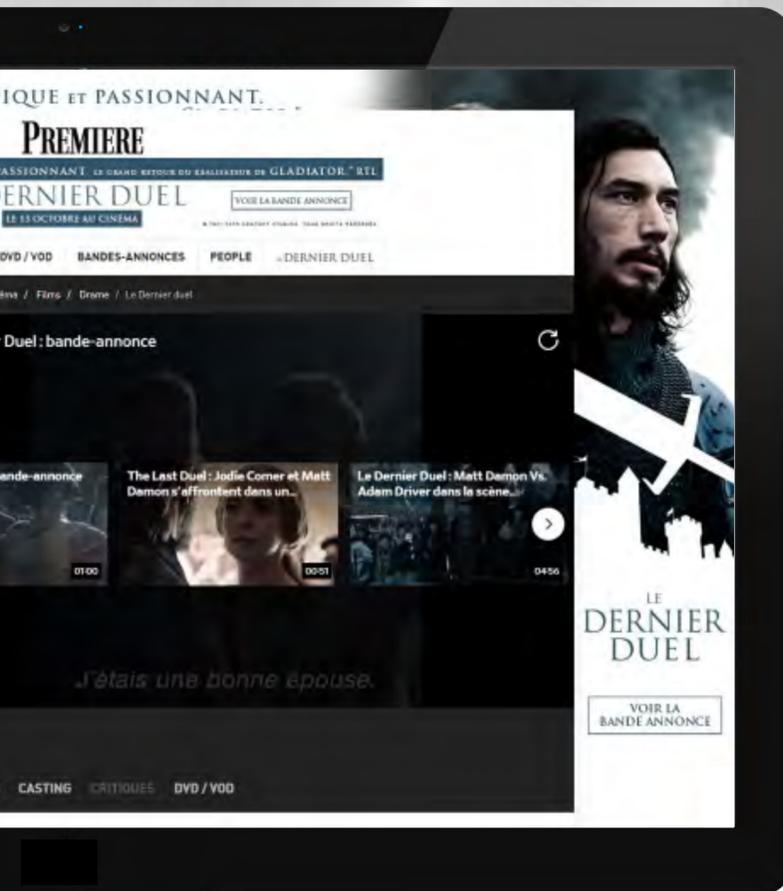
Abonnés
44,5 K

1 Post par article
Tag compte Canal+
Story épinglée avec
line-up Canal+
Amplification

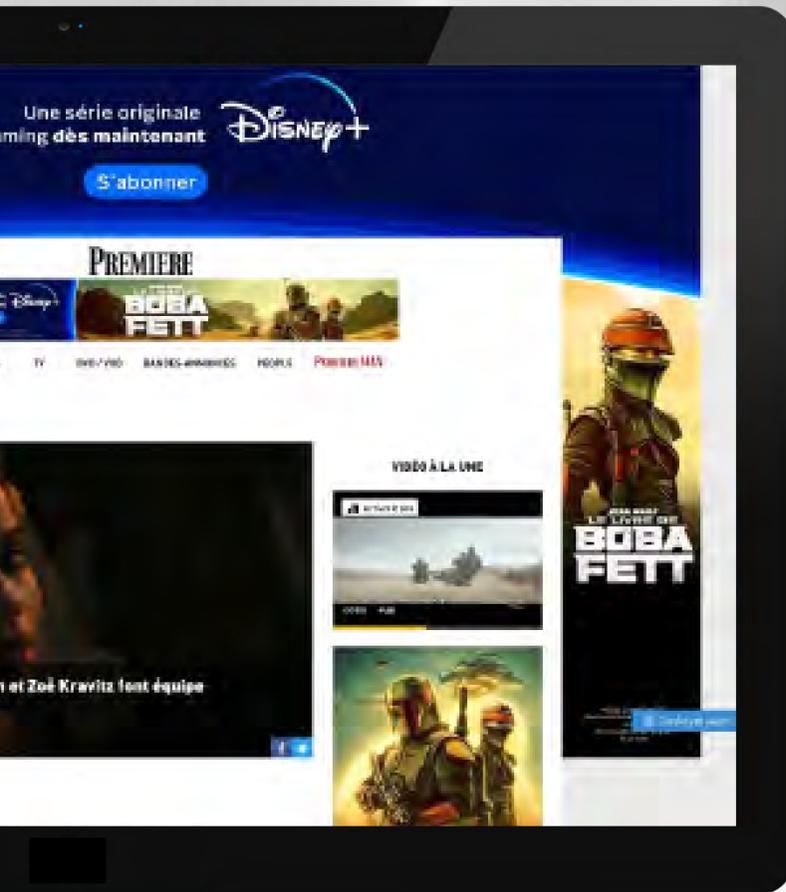
4

UNE CAMPAGNE DISPLAY

Habillage+GA • Interstitiel • Pré-roll



DISNEY // BOBA FETT // BRAND CONTENT PRINT



1

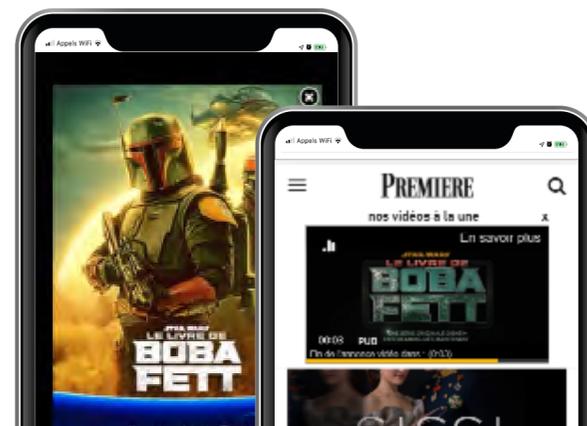
CAHIER SPÉCIAL 8 PAGES
L'histoire de Boba Fett



2

Masque à découper

- Encart cartonné broché dans le magazine (à la césure de 2 cahiers)
- 1 ligne de perforation verticale à 1 cm du de la reliure
Masque de Boba Fett avec pourtour pour indiquer les points à découper



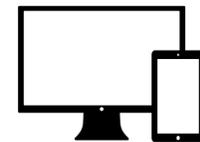
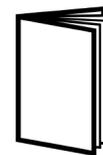


PREMIERE

**CAHIERS
DU
CINEMA**

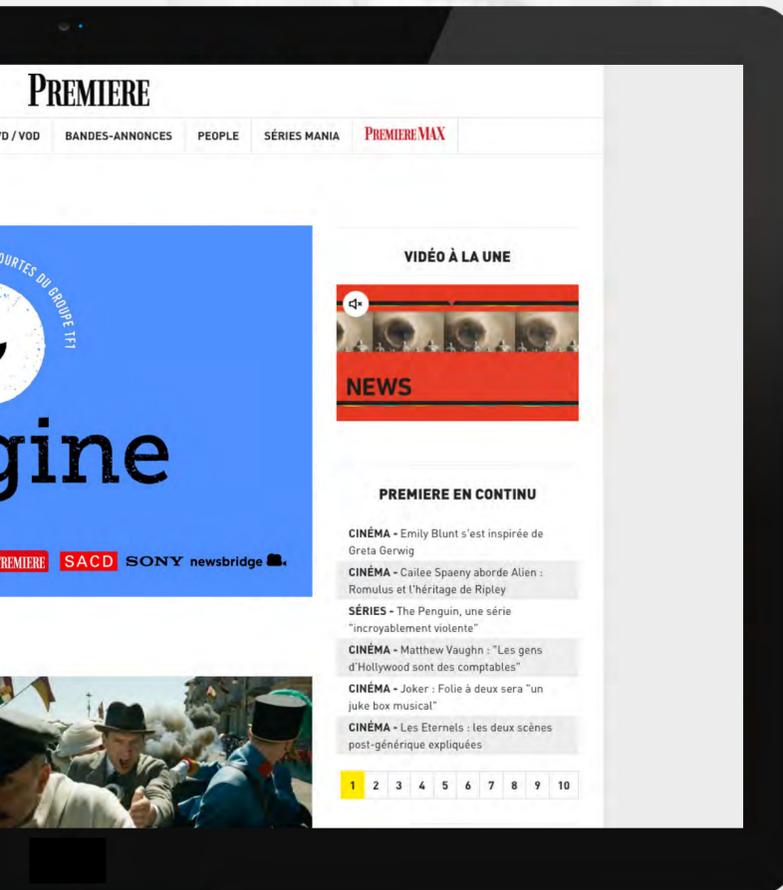
BEST CASES & NOS OFFRES

Nos opérations spéciales à 360°



MEDIAOBS

IMAGINE // TF1



CONTENU

- Jeux Concours avec TF1 dans le cadre d'un partenariat avec le concours Imagine
- Création d'article sur le jeu concours + landing page de participation.

OBJECTIFS

- Bénéficier de la caution Cinéma LFF & Première en faisant participer la rédaction dans vos contenus
- Créer de l'engagement sur notre communauté
- Recruter de nouveaux talents & données de la visibilité aux gagnants du concours

EXEMPLE

- Contenu avec le directeur exécutif du groupe pour mettre en avant le concours et faire connaître le jeu



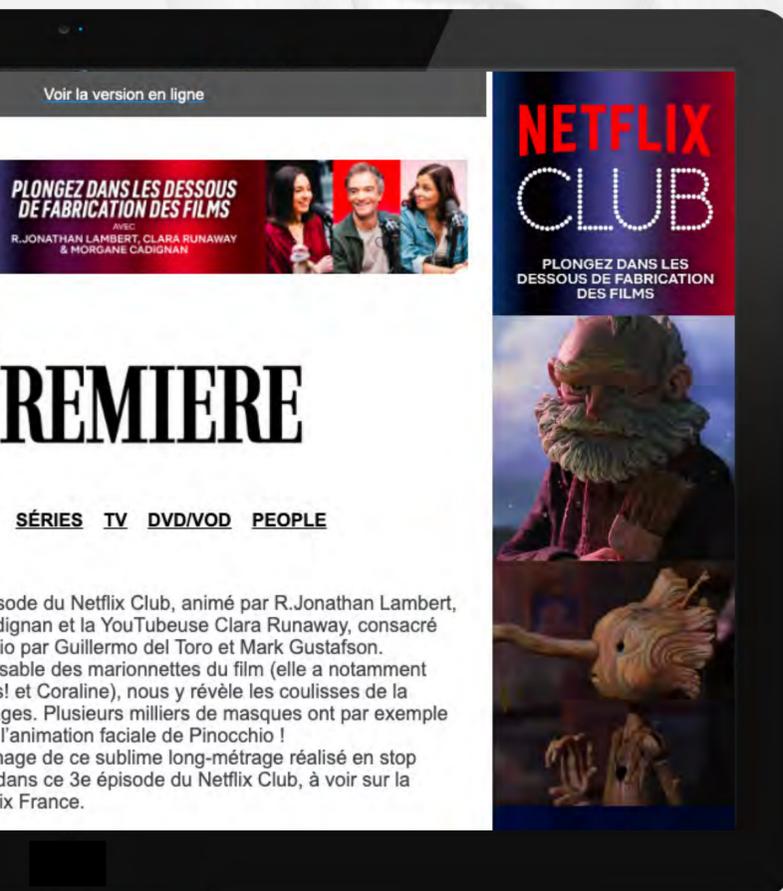
- Vidéos vues : 5 K
- Reach : 8 K



Participation via
Première : 4 K



NETFLIX // PINOCCHIO // NEWSLETTER



NETFLIX

CONTENU

- Création d'une newsletter dédiée sur le making off de Pinocchio

OBJECTIFS

- Engager des cinéphiles dans les coulisses du Netflix Club
- Créer un contenu légitime sur la communauté cinéphile

EXEMPLE

- **Netflix Club**
Newsletter dédiée à l'annonceur + relais de l'émission de nos RSb



- vidéos vues : 10 K
- Reach : 12 K

GAUMONT // CINÉMA

CONTENU

- Duel d'escrime avec Gael GOLHEN (rédac chef de Première)
- Invité à déterminer avec soit Vincent Perez réal du film ou quelqu'un du Casting. Participation du rédac chef à la prise de parole

HÉBERGEMENT

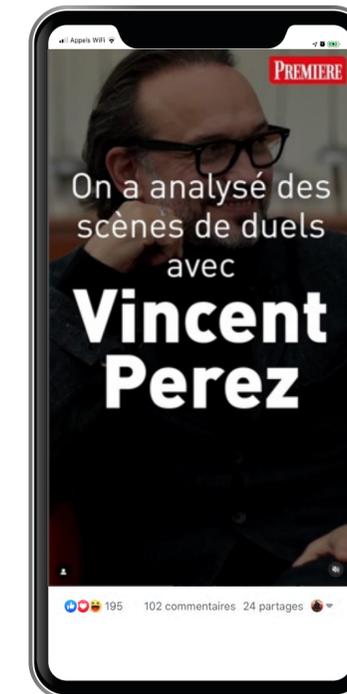
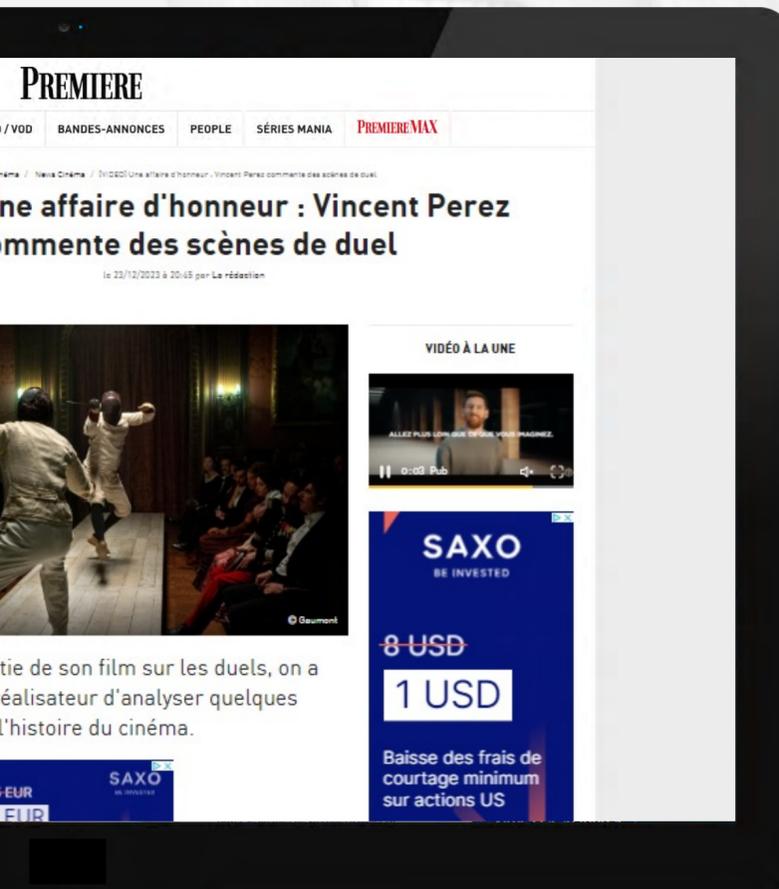
- Chaine Dailymotion de Première
- Instagram + Facebook

DIFFUSION

- Réels Instagram
- Post Facebook
- Article sur le site
- Première vidéo diffusé sur notre Player à la Une

AMPLIFICATION

- Une pocket d'amplification de 1K
- KPI'S garantis :
600K personnes Touchées
90K vidéos Vues



KPI'S

- Facebook
458K de reach
280K vues
- Instagram
122K de reach
32K vues
- Dailymotion
1,1M de vues
Taux de complétion vidéo : 22%
- Article
5280s

NETFLIX // UNE DE PREMIÈRE & UNDER COVER



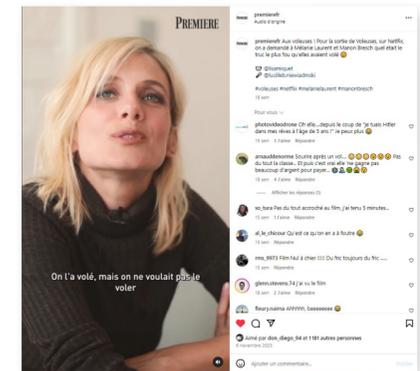
UNE PREMIÈRE + SÉRIE PHOTO DANS LE MAGAZINE

Diffusion : **52 901 ex**
Épingler sur les RS de Première



UNDERCOVER FORMAT SOCIAL

Création d'une vidéo médiatisée du shooting photo sur nos RS
KPI'S : **325K** de reach
Vidéos vues : **35K**



ADDED VALUE

Création d'un contenu sur mesure avec le casting.
On a demandé à Mélanie Laurent et Manon Bresch quel était le truc le plus fou qu'elles avaient volé.

BPI FRANCE // BANQUE

CONTENU PRODUIT

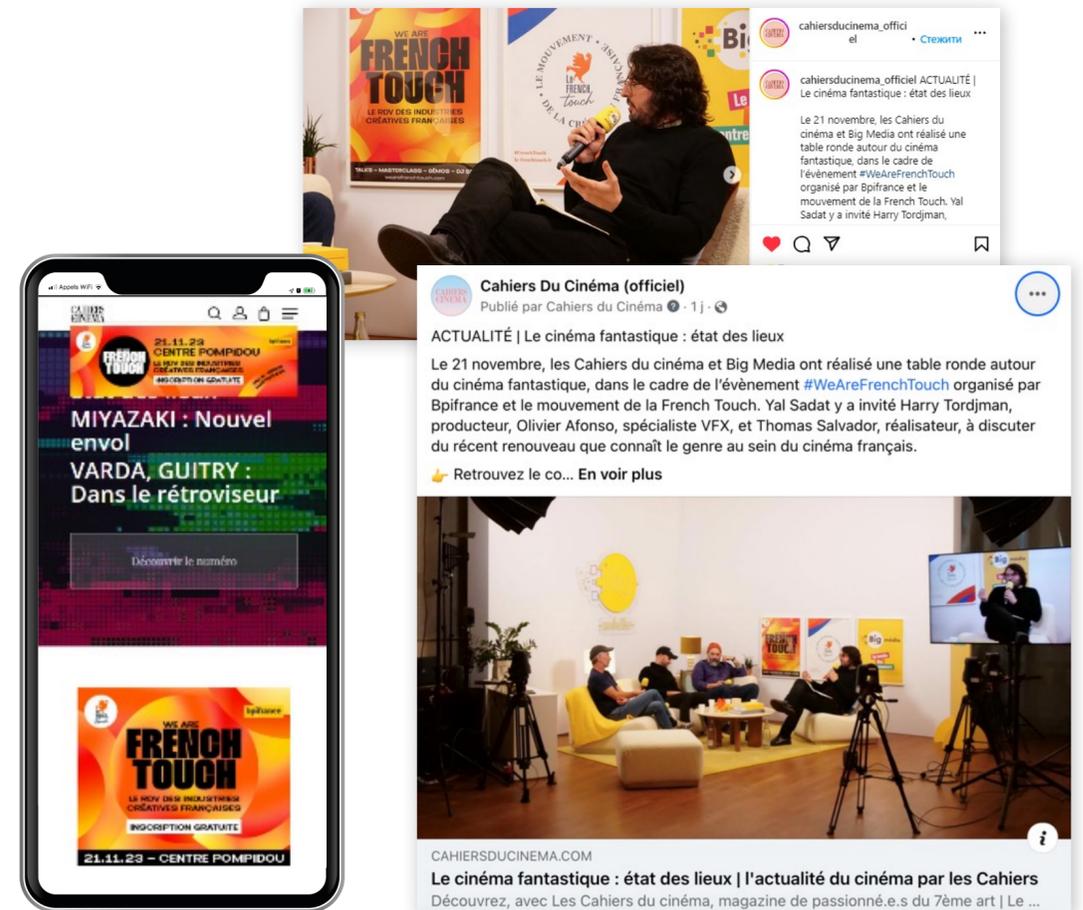
- Animation d'un plateau avec nos journalistes
- Article CR de la table ronde

ACTIVATION MEDIA

- Campagne display sur le site des Cahiers du cinéma
Teasing sur l'événement WAFT 2024 à partir du 5/11
- Story Instagram + Post Facebook
Annonce l'événement avec la participation d'un membre de la rédaction des Cahiers du Cinéma au choix
- Table ronde 45 minutes
Animé par la rédaction des Cahiers du Cinéma + 2 intervenants
- Relais du live sur les RS des Cahiers du Cinéma
Technique à confirmer (Insta live / FB live)
selon captation et retransmission par la

OBJECTIFS

- Donner envie aux personnes présentes d'entreprendre dans l'univers du cinéma





MERCI!

#TOUSAUCINEMA

MEDIAOBS